

**NASKAH PUBLIKASI**  
**ANALISIS SWOT UNTUK MENENTUKAN**  
**STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI MEDEL**  
**(Studi Kasus: Kelurahan Gilingan Kecamatan Banjarsari, Surakarta)**



**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Teknik Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik  
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

**Diajukan Oleh:**  
**LUKMAN SASONGKO**  
**D600 110 030**

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI FAKULTAS TEKNIK**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**  
**2015**

Surat Pertujuan Artikel Publikasi Ilmiah

Yang bertanda tangan dibawah ini pembimbing SKripsi/Tugas Akhir:

Nama : Indah Pratiwi, ST, MT

NIP/NIK : 705

Nama : Muchlison Anis, ST, MT

NIP/NIK : 796

Telah membaca dan mencermati naskah artikel publikasi ilmiah, yang merupakan ringkasan Skripsi/Tugas Akhir dari mahasiswa:

Nama : Lukman Sasongko

NIM : D 600 110 030

Jurusan : Teknik Industri

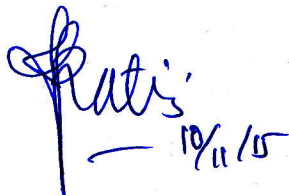
Judul Tugas Akhir : ANALISIS SWOT UNTUK MENENTUKAN STRATEGI  
PENGEMBANGAN INDUSTRI MEBEL (Studi Kasus: Indutri Mebel  
Kelurahan Gilingan, Kecamatan Banjarsari, Kota Surakarta)

Naskah artikel tersebut, layak dan dapat dipersetujui untuk dipublikasikan. Demikian persetujuan yang dibuat, semoga dapat dipergunakan sepenuhnya.

Surakarta, Oktober 2015

Menyetujui,

Pembimbing 1



(Indah Pratiwi, ST, MT)

705

Pembimbing 2



(Muchlison Anis, ST, MT)

796

**ANALISIS SWOT UNTUK MENENTUKAN  
STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI MEBEL  
(Studi Kasus: Industri Mebel Kelurahan Gilingan)**

**Lukman Sasongko**

Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Jl. Ahmad Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartasura 57102 Telp 0271 717417

Email: pepo.luk@gmail.com

**ABSTRAKSI**

*Industri mebel adalah industri dimana sumber dayanya berasal dari alam sendiri yaitu kayu dan rotan yang digabungkan dengan unsur kebudayaan asli Indonesia. Kelurahan Gilingan mempunyai pasar sentral mebel terbesar diaerah sekitar Surakarta maka mempunyai peluang besar untuk dikembangkan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi yang sesuai untuk melakukan pengembangan industri mebel di Kelurahan Gilingan.*

*Penelitian ini menggunakan metode SWOT yaitu cara menentukan strategi perusahaan untuk menetapkan strategi atau perencanaan bisnis dalam jangka waktu pendek maupun panjang. IFAS (Internal Strategic Factor Analysis Summary) yaitu faktor strategi internal suatu perusahaan yang berisi kekuatan dan kelemahan perusahaan. EFAS (Eksternal Strategic Factor Analysis Summary) yaitu faktor strategi eksternal perusahaan yang berisi peluang dan ancaman. Dalam usulan strategi terdapat 4 usulan strategi yaitu Strategi SO adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jika perusahaan berada pada sel 1, Strategi WO adalah meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang jika perusahaan berada pada sel 3, Strategi ST adalah menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman jika perusahaan berada pada sel 2, Strategi WT adalah meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman jika perusahaan berada pada sel 4.*

*Hasil penelitian dengan metode SWOT dengan nilai IFAS adalah 2.84 dan nilai EFAS 2.88. Pada diagram SWOT maka posisi garis cartesius berada pada sel 2 adalah mendukung Diversifikasi maka strategi yang digunakan adalah strategi ST yaitu pemerintah dapat melakukan pelatihan magang, PKL kepada murid SMK dan para napi untuk mengenalkan pekerjaan pertukangan, memperbaiki model pada saat finishing untuk menutupi bahan baku yang rendah, dengan harga mebel yang murah untuk menghindari hutang maka perlu dibuat sistem pembayaran yang memudahkan masyarakat untuk membayar lunas, dengan bahan baku yang susah dicari maka digunakan alternatif penggunaan kayu yang murah tanpa mengurangi kualitas produk mebel, pedagang harus melakukan inovasi produk mebel secara berganti-ganti dengan kualitas yang bagus dan melukan finishing secara menarik dengan pemberian assesories pada produk mebel sehingga tidak kalah dengan produk dari pengrajin dan pelanggan tidak pindah tempat*

**Kata Kunci:** *Industri mebel, SWOT, EFAS, IFAS*

## **I. Pendahuluan**

Kontribusi industri kreatif yang besar dalam menyumbang perekonomian nasional, maka industri kreatif berpeluang untuk didukung dan dikembangkan lebih maju. Pada industri kerajinan mebel mempunyai peluang untuk dapat dikembangkan karena industri mebel merupakan industri yang sangat kental dengan produk Indonesia, dimana Indonesia mempunyai sumber daya alam yang sangat besar yaitu kayu dan rotan yang di gabungkan dengan macam-macam kebudayaan Indonesia.

Khususnya pada sektor industri mebel di Kelurahan Gilingan yang mempunyai pusat penjual mebel terbesar di daerah Solo dan sekitarnya maka pasar mebel gilingan mempunyai peluang untuk di kembangkan dan dapat bersaing khususnya di pasar lokal.

Industri mebel di kelurahan banyak para pedagang yang mengeluhkan dengan susahnyanya dalam mencari tenaga kerja yang mau bekerja di industri mebel. Untuk menentukan strategi dalam mengatasi masalah lapangan maka digunakan metode SWOT dengan menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yaitu kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman.

## **II. Landasan Teori**

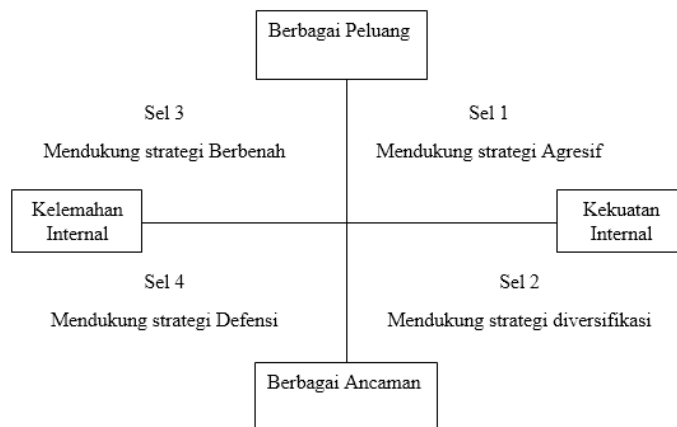
Menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia Industri Kreatif adalah industri yang memanfaatkan kreatifitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan lapangan kerja dengan menghasilkan dan memberdayakan kreasi dan daya cipta individu tersebut.

Banyak negara-negara juga yang menyadari bahwa saat ini mereka tidak dapat hanya mengandalkan industri sebagai sumber perekonomian Negara tetapi mengandalkan SDM yang kreatif karena kreatifitas berasal dari pikiran manusia yang menjadi modalnya dan tidak dapat habis (Depdag, 2008).

Kerajinan adalah hasil karya seni manusia yang dihasilkan dari ketrampilan manusia dan menghasilkan hiasan atau berbentuk benda seni atau barang pakai. Kerajinan di buat dengan menggunakan nilai-nilai yaitu nilai kecakapan, keahlian, penguasaan dalam proses pembuatan produk dan kreatifitas. Kerajinan terdiri dari 2 bentuk yaitu kerajinan bahan alam dan kerajinan bahan buatan (Bappeda kota Surakarta, 2013).

### **2.1 Analisa SWOT**

Analisis SWOT adalah analisis yang terdiri dari analisis faktor internal dan eksternal, analisis faktor internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan, dan analisis faktor eksternal terdiri dari peluang dan ancaman (Rangkuti, 2008).



Gambar 2.1 Diagram SWOT

- Sel 1 adalah keadaan yang bagus untuk perusahaan karena perusahaan mendapatkan peluang lingkungan perusahaan dan mempunyai beberapa kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.
- Sel 2 adalah keadaan perusahaan yang telah mengidentifikasi beberapa faktor kekuatan inti untuk menghadapi keadaan lingkungan yang tidak baik untuk perusahaan.
- Sel 3 adalah keadaan dimana perusahaan mempunyai peluang yang besar tetapi terhambat oleh sumber daya internal yang lemah.
- Sel 4 adalah keadaan dimana perusahaan mempunyai ancaman besar dari lingkungan karena sumber daya yang lemah.

Tabel 2.1 EFAS

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	Komentar
<b>Peluang :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Integrasi ekonomi Eropa</li> <li>Perubahan struktur demografi</li> <li>Pembangunan ekonomi di Asia</li> <li>Terbukanya Eropa Timur</li> <li>Kecenderungan superstores</li> </ul>				
<b>Ancaman :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Meningkatnya peraturan pemerintah</li> <li>Meningkatnya persaingan</li> <li>Whirlpool dan Electrolux menjadi global</li> <li>Munculnya teknologi baru</li> <li>Perusahaan Jepang</li> </ul>				
<b>Total</b>				

*Sumber : Fredy Rangku, ( 2009 : 24 )*

Tabel 2.2 IFAS

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	Komentar
<b>Kekuatan :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Budaya kualitas Maytag</li> <li>Pengalaman Top Manager</li> <li>Integrasi vertikal</li> <li>Hubungan yang baik dengan SDM</li> <li>Memiliki orientasi internasional</li> </ul>				
<b>Kelemahan :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Proses produksi (R &amp; D)</li> <li>Saluran distribusi</li> <li>Dukungan kondisi keuangan kurang begitu baik</li> <li>Posisi global sangat kurang</li> <li>Fasilitas manufaktur</li> </ul>				
<b>Total</b>				

*Sumber : Fredy Rangku, ( 2009 : 25 )*

Tahap pertama mengidentifikasi faktor strategi internal yaitu matrik IFAS (*Internal Strategy Faktor Analysis Summary*) yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan mengidentifikasi faktor eksternal yaitu EFAS (*Eksternal Strategic Faktor Analysis Summary*) yang terdiri dari peluang dan ancaman yang dihadapi oleh industri tersebut.

Melakukan perhitungan tabel yang yang terdiri dari rating, bobot, dan skor setelah dilakukan perhitungan maka dapat diketahui kondisi industri berada pada sel pada matrik Internal dan Eksternal. Tahap selanjutnya adalah membuat matrik strategi SWOT untuk menentukan strategi yang digunakan untuk melakukan pengembangan industri tersebut berdasarka pada faktor internal dan eksternal.

Tabel 2.3 Strategi SWOT

IFA/EFA	STRENGHTS (S)	WEAKNESSES (W)
OPPORTUNITIES (O)	<u>Strategi SO</u> Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Digunakan jika perusahaan berada pada kuadran I	<u>Strategi WO</u> Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang. Digunakan jika perusahaan berada pada kuadran III
TREATHS (T)	<u>Strategi ST</u> Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman. Digunakan jika perusahaan berada pada kuadran II	<u>Strategi WT</u> Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. Digunakan jika perusahaan berada pada kuadran IV

### III. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan tahapan selanjutnya yang terdiri atas tahap-tahap penelitian yang akan dilakukan. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan beberapa tahapan untuk menyelesaikan penelitian diantaranya:

#### 3.1 Obyek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Gilingan di Kecamatan Banjarsari, Kota Surakarta, dengan responden sebanyak 76 pengusaha mebel.

#### 3.2 Jenis Data

##### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diambil secara langsung dilapangan, dalam penelitian dilakukan di Kelurahan Gilingan di Kecamatan Banjarsari. Data yang diambil yaitu data industri mebel di kelurahan Gilingan untuk dilakukan penelitian Strategi Pengembangan Industri mebel.

##### 2. Data Sekunder

Adalah data yang bukan secara langsung diperoleh dari sumber yang dikumpulkan secara langsung dilapangan tetapi dikumpulkan oleh pihak lain.

### 3. Data Internal

Data yang diperoleh dari DISPERINDAG kota Surakarta, BAPPEDA kota Surakarta dan Paguyuban pedagang pasar mebel Surakarta yang berguna untuk referensi jumlah industri mebel di Kelurahan Gilingan.

### 4. Data Eksternal

Studi pustaka dari buku, jurnal, dan blog ilmiah yang telah dilakukan sebelumnya tentang metode SWOT.

## 3.3 Teknik Pengambilan Data

1. Identifikasi Pemetaan Tematik
2. Observasi Lapangan
3. Studi Pustaka
4. Penyusunan Kuesioner
5. Wawancara
6. Dokumentasi

## 3.4 Metode Pengolahan Data

Setelah melakukan pengambilan data, kemudian peneliti melakukan pengolahan data. Dalam tahap ini peneliti mengolah semua data yang sudah dikumpulkan, pengolahan data menggunakan Metode SWOT.

## 3.5 Analisis Data

Analisis data dilakukan setelah melakukan pengolahan data dari lapangan. Data yang dianalisis yaitu data hasil pengolahan data yang telah dilakukan pada tahap sebelumnya. Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis metode SWOT. Metode SWOT bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan, dan analisis lingkungan makro yang bertujuan untuk mengetahui peluang dan ancaman bagi industri mebel dan untuk menentukan strategi yang sesuai dalam pengembangan industri mebel di Kelurahan Gilingan.

Pada penelitian di rangkum tahapan-tahapan dalam melakukan penelitian adalah sebagai berikut:

Tahap 1: Memahami tentang keadaan dari industri mebel di Kelurahan Gilingan dan mencari informasi yang berkaitan dengan industri mebel.

Tahap 2: Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang ada di industri mebel di Kelurahan Gilingan

Tahap 3: Mencari solusi untuk menanggulangi ancaman yang ada dan meminimalkan kelemahan yang ada pada industri mebel.

Tahap 4: Menyebar kuesioner kepada responden untuk menentukan rating pada permasalahan yang ada.

Tahap 5: Menentukan strategi yang sesuai untuk mengembangkan industri mebel untuk menyelesaikan permasalahan yang ada di lapangan.

#### IV. Hasil dan pembahasan Analisis SWOT

##### 1. Analisi Faktor Internal

Disusun untuk menghitung faktor strategi internal industri yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan, Diidentifikasi dalam tabel IFAS pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.1 Hasil perhitungan IFAS

No	Faktor strategi Internal	Bobot	Rating	Skor	Komentar
<b>KEKUATAN</b>					
1	Lokasi usaha yang strategis	0.12	3	0.36	Memudahkan pembeli
2	Inovasi produk mebel	0.12	3	0.36	Pembeli mempunyai banyak pilihan model mebel
3	Tenaga kerja yang terampil	0.12	3	0.36	Mampu menciptakan produk mebel yang inovatif
4	Harga mebel yang terjangkau	0.15	4	0.60	Harga terjangkau masyarakat ekonomi menengah kebawah
<b>Sub Total</b>		0.50		1.68	
<b>KELEMAHAN</b>					
1	Kurangnya promosi pemasaran	0.08	2	0.16	Kurang banyak diketahui masyarakat/sistem jualan
2	Modal usaha yang kecil	0.08	2	0.16	Sistem pembayaran yang keluar masuk akan membuat susah pedagang
3	Tempat usaha yang kecil	0.08	2	0.16	Tempat penyimpanan barang yang tidak mencukupi sehingga terkena sinar matahari/hujan langsung
4	Kualitas produk yang rendah	0.08	2	0.16	Kebanyakan menjual untuk kalangan menengah kebawah maka banyak kualitas rendah
5	Upah pekerja yang mahal	0.08	2	0.16	Dengan upah pekerja yang mahal membuat untung pedagang menjadi kecil
6	Persaingan antar pedagang satu paguyuban	0.12	3	0.36	Manajemen paguyuban yang kurang baik membuat persaingan antar perdagangan tidak sehat
<b>Sub Total</b>		0.50	26	1.16	
<b>Total</b>		1.00		2.84	



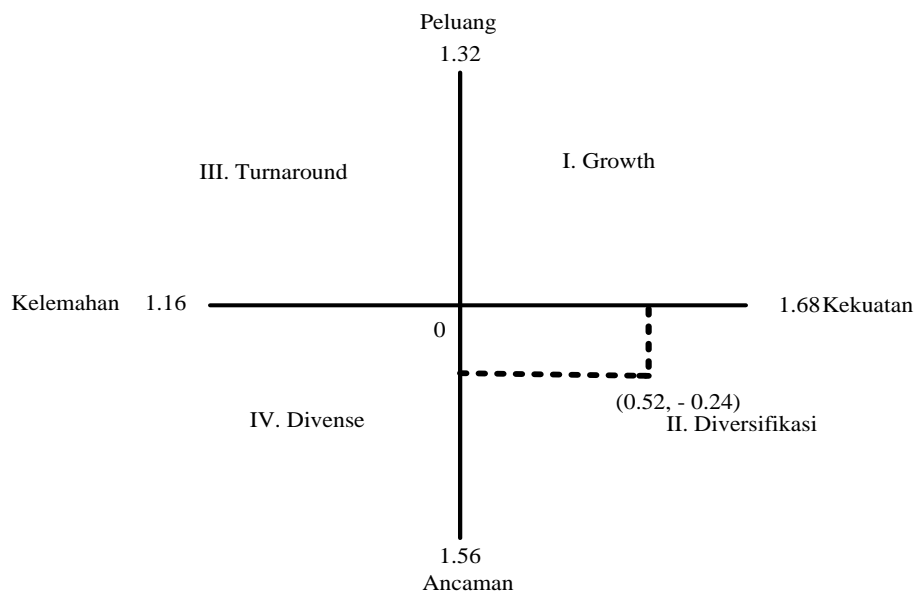
## 2. Analisi Eksternal

Disusun untuk menghitung nilai peluang dan ancaman, untuk dapat memaksimalkan peluang dan meminimalkan ancaman yang ada. Didentifikasi pada tabel EFAS dibawah ini:

Tabel 4.2 Tabel Perhitungan EFAS

No	Faktor strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor	Komentar
<b>PELUANG</b>					
1	Mempercepat pembangunan pasar	0.07	2	0.14	Memperbaiki tata letak pasar akan menarik pembeli dan keamanan pasar dari kebakaran lebih terkendali
2	Meningkatkan promosi dan pemasaran	0.10	3	0.30	Memasarkan produknya dengan <i>online</i> akan memudahkan pembeli dalam melakukan transaksi
3	Menjual/ membuat produk mebel yang sedang disukai oleh pelanggan	0.07	2	0.14	Mampu memanfaatkan peluang dimasyarakat yaitu dengan menjual produk yang lagi di senangi masyarakat
4	Melatih pekerja muda	0.07	2	0.14	Merekrut pengangguran yang produktif akan mampu mengatasi kekurangan pekerja
5	Banyak masyarakat dengan ekonomi menengah kebawah	0.10	3	0.30	Banyak masyarakat dengan ekonomi menengah kebawah maka harus mampu memanfaatkan peluang dengan menambah modal dan mempermudah sistem pembayaran kepada masyarakat
6	Dukungan pemerintah terhadap industri mebel	0.10	3	0.30	Dukungan pemerintah yaitu dengan melakukan pasar, pelatihan terhadap karyawan harus merata
<b>Sub Toal</b>		0.50		1.32	
<b>ANCAMAN</b>					
1	Modal pengrajin yang kecil dengan sistem pembayaran hutang akan menghambat pedagang	0.10	3	0.30	Kalau modal kecil dengan sistem pembayaran keluar masuk akan menghambat pedagang
2	Bahan baku yang susah dicari maka harga produk dari pengrajin meningkat	0.10	3	0.30	Dengan bahan baku yang semakin susah dan harganya menjadi mahal maka akan mempengaruhi kualitas dan harga jual produk mebel
3	Kualitas produk lokal yang semakin rendah yang akan membuat pelanggan kecewa	0.07	2	0.14	Dengan kualitas produk semakin menurun maka akan mempengaruhi daya beli masyarakat akan semakin berkurang
4	Pengrajin yang membuka toko mebel dirumahnya	0.10	3	0.30	Sekarang banyak pengrajin yang banyak membuka toko mebel sendiri maka akan menjadi ancaman yang besar karena pengrajin akan memberikan harga lebih murah daripada di pasar mebel
5	Generasi penerus terampil yang susah dicari	0.13	4	0.52	Banyak anak muda yang tidak suka dengan pekerjaan di pertukangan maka akan memutus generasi penerus pekerja di mebel
<b>Sub Toal</b>		0.50	30	1.56	
<b>Total</b>		1.00		2.88	

Dari hasil analisis tabel IFAS diatas menunjukkan bahwa faktor kekuatan memperoleh skor 1.68 dan kelemahan 1.16 dengan selisih skor (+) 0.52. Pada tabel EFAS menunjukkan bahwa faktor peluang memperoleh skor 1.32 dan ancaman 1.56 dengan selisih skor (-) 0.24. Hasil identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal maka dapat digambarkan pada diagram SWOT dibawah ini:



Gambar 4.1 Tabel Diagram SWOT

### 3. Pembahasan

Dari hasil diagram diatas industri mebel di kelurahan Gilingan berada pada sel 2 yang mendukung diversifikasi, kemudian dari hasil diagram diatas maka dapat ditentukan strategi-strategi yang sesuai untuk melakukan pengembangan pada industri mebel di kelurahan Gilingan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.3 Strategi Pengembangan Industri Mebel di Kelurahan Gilingan

IFAS EFAS		
	<b>Strength (S)</b>	<b>Weaknesses (W)</b>
	1. Lokasi usaha yang strategis 2. Inovasi produk mebel 3. Tenaga kerja yang terampil 4. Harga mebel yang terjangkau	1. Kurangnya promosi pemasaran 2. Modal usaha yang kecil 3. Tempat usaha yang kecil 4. Kualitas produk yang rendah 5. Upah pekerja yang mahal 6. Persaingan antar pedagang satu paguyuban
<b>Opportunities (O)</b>	<b>Strategi SO</b>	<b>Strategi WO</b>
1. Mempercepat pembangunan pasar 2. Meningkatkan promosi dan pemasaran 3. Menjual/ membuat produk mebel yang sedang disukai oleh pelanggan 4. Melatih pekerja muda 5. Banyak masyarakat dengan ekonomi menengah kebawah 6. Dukungan pemerintah terhadap industri mebel	1. Lokasi yang strategis dekat dengan jalur antar provinsi (S1) dengan variabel peluang (O1, O6) mempercepat pembangunan pasar, dukungan pemerintah maka strateginya adalah pemerintah perlu mempercepat pembangunan pasar yang sesuai dengan kebutuhan pedagang yaitu keamanan, kenyamanan para pedagang. 2. Lokasi yang strategis yang banyak SMK dan lembaga pemsayarakatan (S1) dengan variabel peluang (O4) melakukan pelatihan anak muda maka strateginya adalah pemerintah dapat melakukan pelatihan magang, PKL kepada murid SMK dan para napi untuk mengenalkan pekerjaan pertukangan. 3. Dengan kekuatannya dalam melakukan inovasi produk mebel dan ditunjang dengan tenaga kerja terampil (S2, S3) dengan variabel peluang (O2, O3) meningkatkan promosi dan pemasaran, menjual produk mebel yang sedang disukai oleh masyarakat maka strateginya adalah memperluas pemasaran di luar provinsi, luar pulau, mengikuti pameran, promosi atau berjualan secara <i>online</i> . 4. Dengan harga mebel yang terjangkau (S4) dengan variabel peluang (O5) banyak masyarakat menengah maka strateginya adalah para pedagang dapat mempermudah sistem pembayaran dan promosi kepedesaan.	1. Kurangnya promosi pemasaran (W1) dengan variabel peluang (O2, O6) Meningkatkan promosi, banyak masyarakat menengah kebawah maka strategi yang digunakan adalah Mengikuti atau meminta pemerintah, paguyuban untuk melakukan pelatihan dalam pengembangan pemasaran produk yaitu membuat (web, blog, sosial media), sistem/ strategi penjualan jarak jauh, model pengiriman jarak jauh. 2. Tempat usaha yang kecil dan masih menempati pasar darurat (W3) dengan variabel peluang (O1, O6) mempercepat pembangunan pasar, dukungan pemerintah terhadap industri mebel maka strategi yang digunakan adalah memperbaiki kondisi pasar dengan pembagunan dan memperbaiki layout pasar agar pedagang dan pembeli nyaman dan usaha pedagang menjadi lancar dan meningkat. 3. Dengan modal usaha yang kecil (W2) dengan variabel peluang (O2, O5) Meningkatkan promosi, banyak masyarakat menengah kebawah maka strategi yang digunakan adalah melakukan promosi di media sosial, facebook, blog yang mengeluarkan biaya sedikit, lakukan pedagang kecil dengan harga yang terjangkau oleh masyarakat menengah kebawah maka dapat meminimalkan hutang dengan membuat sistem pembayaran yang memudahkan pembeli, memanfaatkan program-program pemerintah yang khusus untuk usaha rakyat yang tidak memberatkan pedagang/ pengusaha yaitu salah satunya PNPM mandiri untuk menambah produk yang dijual. 4. Kualitas produk yang rendah (W4) dengan variabel peluang (O4, O6) melatih pekerja muda, dukungan pemerintah maka strategi yang digunakan adalah pemerintah dapat melakukan pelatihan terhadap calon pekerja muda maupun kepada pekerja dalam melakukan <i>finishing</i> yang dapat menambah nilai plus pada produk mebel yang mampu menutupi kualitas bahan pada produk yang rendah. 5. Upah pekerja yang mahal (W5) dengan variabel peluang (O6) dukungan pemerintah maka strategi yang digunakan adalah pemerintah melakukan kerja sama dengan SMK, LP, dinas sosial untuk mengatasi kekurangan tenaga kerja sama yang berakibat pada upah pekerja yang menjadi mahal. 6. persaingan anatar pedagang pada satu paguyuban (W6) dengan variabel peluang (O6) dukungan pemerintah maka strategi yang digunakan adalah pemerintah ikut dalam memperbaiki manajemen paguyuban untuk membuat peraturan pada harga mebel, upah pekerja untuk mengatasi persaingan yang tidak sehat.
<b>Treats (T)</b>	<b>Strategi ST</b>	<b>Strategi WT</b>
1. Modal pengrajin yang kecil dengan sistem pembayaran hutang akan menghambat pedagang 2. Bahan baku yang susah dicari maka harga produk dari pengrajin meningkat 3. Kualitas produk lokal yang semakin rendah yang akan membuat pelanggan kecewa 4. Pengrajin yang membuka toko mebel dirumahnya 5. Generasi penerus terampil yang susah dicari	1. Lokasi yang strategis yang banyak SMK dan lembaga pemsayarakatan (S1) dengan variabel ancaman (T5) generasi penerus yang sulit dicari maka strateginya adalah pemerintah dapat melakukan pelatihan magang, PKL kepada murid SMK dan para napi untuk mengenalkan pekerjaan pertukangan. 2. Dengan kekuatannya dalam melakukan inovasi produk mebel dan ditunjang dengan tenaga kerja terampil (S2, S3) dengan variabel ancaman (T3) kualitas produk lokal dengan bahan baku yang rendah maka strateginya adalah memperbaiki model pada saat <i>finishing</i> untuk menutupi bahan baku yang rendah.. 3. Harga yang terjangkau (S4) dengan variabel ancaman (T1, T2) modal kecil dengan sistem pembayaran hutang, harga bahan yang mulai meningkat yang mengakibatkan harga produk meningkat maka strateginya adalah dengan harga mebel yang murah untuk menghindari hutang maka perlu dibuat sistem pembayaran yang memudahkan masyarakat untuk membayar lunas, dengan bahan baku yang susah dicari maka digunakan alternatif penggunaan kayu yang murah tanpa mengurangi kualitas produk mebel. 4. Inovasi produk mebel, tenaga kerja terampil (S2, S3) dengan variabel ancaman (T4) pengrajin yang membuka toko dirumahnya maka strategi yang digunakan adalah pedagang harus melakukan inovasi produk mebel secara berganti-ganti dengan kualitas yang bagus dan lakukan <i>finishing</i> secara menarik dengan pemberian asesories pada produk mebel sehingga tidak kalah dengan produk dari pengrajin dan pelanggan tidak pindah tempat.	1. Kurangnya promosi pemasaran (W1) dengan variabel ancaman (T4) pengrajin yang membuka toko mebel dirumahnya maka strategi yang digunakan adalah melakukan promosi secara <i>online</i> dan penjualan secara <i>online</i> agar pembeli atau pelanggan mudah membeli dan tidak dating langsung di tempat pengrajin, memperluas daerah pemasaran luar propinsi maupun luar pulau. 2. Modal usaha kecil (W2) dengan variabel ancaman (T1) sistem pembayaran hutang maka strategi yang digunakan adalah tidak melayani hutang dengan jumlah besar dan tanpa tempo pembayaran yang belum ditentukan. 3. Tempat usaha yang kecil (W3) dengan variabel ancaman (T4) pengrajin yang membuka toko mebel dirumahnya maka strategi yang digunakan adalah tidak hanya mengandalkan lokasi berjualan dipasar tetapi dapat membuka toko mebel yang dekat dengan pengrajin untuk mengantisipasi pelanggan yang beli datang langsung kepengrajin. 4. Kualitas produk yang rendah (W4) dengan variabel ancaman (T2, T3) bahan baku yang susah dicari, kualitas produk yang rendah dapat membuat pelanggan kecewa maka strategi yang digunakan adalah mengganti bahan dengan kayu bekas dengan kualitas baik, membuat <i>finishing</i> yang menarik yang dapat menutupi kualitas bahan yang rendah. 5. Upah pekerja mahal (W5) dengan variabel ancaman (T5) generasi penerus tenaga kerja terampil susah dicari maka strategi yang digunakan adalah melakukan kerja sama dengan SMK, LP, Dinas sosial untuk melakukan pelatihan kepada anak muda, pengangguran, tahanan untuk mengatasi kekurangan tenaga kerja terampil yang mengakibatkan upah pekerja menjadi mahal. 6. Persaingan antar pedagang satu paguyuban (W6) dengan variabel ancaman (T2) bahan baku yang sulit dicari sehingga harga produk meningkat, maka strategi yang digunakan adalah paguyuban harus membuat peraturan yang berkaitan dengan harga mebel sehingga ketika harga mebel meningkat dapat terkendali tidak saling menjatuhkan dan pedagang tidak rugi.

Dari hasil tabel diatas hasil analisis SWOT industri mebel di Kelurahan Gilingan memiliki kekuatan yang dapat digunakan untuk memanfaatkan peluang yang ada dan mengurangi kelemahan dari industri mebel di Kelurahan Gilingan dan dapat untuk menghindari ancaman yang

ada saat ini. Tujuan ini dicapai melalui dari hasil pendapat yang sesuai dengan kebutuhan dan keadaan dari para pedagang dan pelaku industri mebel di Kelurahan Gilingan.

## **V. Kesimpulan dan Saran**

### **1. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di industri mebel di Kelurahan Gilingan tentang Strategi Pengembangan Industri Mebel dengan Analisa SWOT dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai skor kekuatan 1.68 dan kelemahan 1.16 dengan total IFAS adalah 2.84, dan skor peluang 1.32 dan Ancaman 1.56 dengan jumlah skor EFAS adalah 2.88.
2. Berdasarkan selisih nilai antara kekuatan dengan kelemahan dan peluang dengan ancaman maka dapat digambarkan pada diagram SWOT industri mebel berada pada sel 2 atau kuadran 2 dimana kondisi mendukung diversifikasi yaitu membuat strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman yang ada di industri mebel Gilingan.
3. Pada ini dipilih Strategi ST karena berada pada sel 2 atau kuadran 2 dengan strategi sebagai berikut:
  - a. Lokasi yang strategis yang banyak SMK dan lembaga pemasyarakatan (S1) dengan variabel ancaman (T5) generasi penerus yang sulit dicari maka strateginya adalah pemerintah dapat melakukan pelatihan magang, PKL kepada murid SMK dan para napi untuk mengenalkan pekerjaan pertukangan.
  - b. Dengan kekuatannya dalam melakukan inovasi produk mebel dan ditunjang dengan tenaga kerja terampil (S2, S3) dengan variabel ancaman (T3) kualitas produk lokal dengan bahan baku yang rendah maka strateginya adalah memperbaiki model pada saat *finishing* untuk menutupi bahan baku yang rendah..
  - c. Harga yang terjangkau (S4) dengan variabel ancaman (T1, T2) modal kecil dengan sistem pembayaran hutang, harga bahan yang mulai meningkat yang mengakibatkan harga produk meningkat maka strateginya adalah dengan harga mebel yang murah untuk menghindari hutang maka perlu dibuat sistem pembayaran yang memudahkan masyarakat untuk membayar lunas, dengan bahan baku yang susah dicari maka

digunakan alternatif penggunaan kayu yang murah tanpa mengurangi kualitas produk mebel.

- d. Inovasi produk mebel, tenaga kerja terampil (S2, S3) dengan variabel ancaman (T4) pengrajin yang membuka toko dirumahnya maka strategi yang digunakan adalah pedagang harus melakukan inovasi produk mebel secara berganti-ganti dengan kualitas yang bagus dan melakukan *finishing* secara menarik dengan pemberian aksesories pada produk mebel sehingga tidak kalah dengan produk dari pengrajin dan pelanggan tidak pindah tempat.

## **2. Saran**

1. Identifikasi atau pengelompokan faktor-faktor internal dan eksternal lapangan harus lebih detail.
2. Ketika awal penelitian harus membuat konsep dari penelitian yang lebih matang supaya tidak ada masalah-masalah yang memperlambat penelitian.
3. Pada penelitian ini menggunakan kuesioner maka dapat di minimalkan dalam bolak-balik ketika menyebarkan kuesioner karena dapat memperlambat penelitian disebabkan oleh susahnyanya dalam menemui responden.
4. Pemerintah harus merealisasikan penelitian-penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa dan tujuan yang diinginkan oleh peneliti.

## DAFTAR PUSTAKA

- \_\_\_\_\_. 2008. “Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025”. Departemen Perdagangan Republik Indonesia. Depdag RI, 2008.
- \_\_\_\_\_. 2008. “Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif 2009-2025”. Departemen Perdagangan Republik Indonesia. Depdag RI, 2008.
- \_\_\_\_\_. 2009. “Studi Industri Kreatif Indonesia 2009”. Departemen Perdagangan Republik Indonesia. Depdag RI, 2009.
- \_\_\_\_\_. 2013. “Profil Ekonomi Kreatif Kota Surakarta”. Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Surakarta. 2013. Bappeda, 2013.
- Anggraini, Nenny. *Industri Kreatif*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2002. Nenny, 2002.
- Ikhsan, Sadik. 2011. *Jurnal Analisis SWOT untuk Merumuskan Strategi Pengembangan Komoditas Karet di Kabupaten Pulang Pisau, Kalimantan Tengah*. Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian: Universitas Lambung Mangkurat.
- Kurniawan, Lukiastuti Fitri; dan Muliawan, Hamdani. 2008. *Manajemen Strategik dalam Organisasi*. Yogyakarta: MedPress.
- Marimin. 2004. *Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk*. Grasindo: Jakarta
- Pangestu, ME. 2008. “Pengembangan Industri Kreatif Menuju Visi Ekonomi Kreatif Indonesia 2025”. Departemen Perdagangan Republik Indonesia.
- Pusparini, H. 2011. “Strategi Pengembangan Industri Kreatif Di Sumatra Barat”. Pasca Sarjana Universitas Andalas Padang.
- Rangkuti, Freddy. 2008. *Analisa SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Salusu, J. 2000. *Pengambilan Keputusan Stratejik*. Jakarta: Gramedia.
- [Http://gilingansurakarta.blogspot.co.id/](http://gilingansurakarta.blogspot.co.id/) (7 Oktober 2015)